mediametrie

Levallois, le 5 juin 2007

COMMUNIQUE DE PRESSE

L'audience de l'Internet en France

Avril 2007

Toujours plus de vidéo sur Internet

29 millions d'internautes[1] en France en avril 2007

Source : Médiamétrie - L'Observatoire des usages Internet - Avril 2007 - Copyright Médiamétrie - Tous droits réservés

En avril 2007, 28 993 000 Français âgés de 11 ans et plus, soit 55,1% de la population âgée de 11 ans et plus, se sont connectés au cours du dernier mois. La population internaute a progressé de 9% en un an d'avril 2006 à avril 2007.

	Avril 2007	Avril 2006	Evolution
Nombre d'internautes âgés de 11 ans et plus déclarant s'être connectés à Internet au cours du dernier mois, quel que soit le lieu de connexion.	**28 993 000** **soit 55,1% des Français**	26 522 000 Soit 50,8% des Français	+ 9%

Plus d'un tiers des internautes ont consulté des vidéos

Source : Médiamétrie - L'Observatoire des usages Internet - Avril 2007 - Copyright Médiamétrie - Tous droits réservés

En avril 2007, 10 599 000 internautes ont consulté un ou plusieurs contenu(s) vidéo au cours du dernier mois soit 36,6% des internautes contre 26,2% il y a un an. Cette population internaute utilisatrice de vidéo a progressé de 52% en un an, d'avril 2006 à avril 2007.

	Avril 2007	Avril 2006	Evolution
Nombre d'internautes âgés de 11 ans et plus déclarant avoir **consulté un ou plusieurs contenu(s) vidéo** (en streaming ou après téléchargement) au cours du dernier mois.	**10 599 000** **soit 36,6% des internautes dernier mois**	6 953 000 Soit 26,2% des internautes dernier mois	+ 52%

Près de 12 millions de foyers français ont accès à Internet

Source : Médiamétrie / GfK - La Référence des Equipements Multimédias - 1er Trimestre 2007 -
Copyright Médiamétrie et GfK - Tous droits réservés

Au 1er trimestre 2007, 14,5 millions des foyers français (56,3%) sont équipés d'un micro-ordinateur. Avec 1 610 000 foyers supplémentaires, le nombre de foyers équipés a augmenté de 12% en un an.

Au 1er trimestre 2007, 11,8 millions de foyers (45,6%) ont accès à Internet, contre 9,9 millions (38,8%) au 1er trimestre 2006 soit une progression de 1 865 000 foyers (+19%) par rapport au 1er trimestre 2006.

	1er trimestre 2007	4ème trimestre 2006	1er trimestre 2006
Nombre de foyers équipés d'un micro-ordinateur	**14 524 000** **soit 56,3 % des foyers**	14 023 000 soit 54,9 % des foyers	12 914 000 soit 50,6 % des foyers
Nombre de foyers ayant accès à Internet	**11 776 000** **soit 45,6 % des foyers**	11 316 000 soit 44,3 % des foyers	9 911 000 soit 38,8 % des foyers

Le Top 30 des sites les plus visités en France

Tous lieux de connexion

Applications Internet exclues (2)

Source : Médiamétrie//NetRatings - Tous lieux de connexion - France - Avril 2007 - Copyright Médiamétrie//NetRatings - Tous droits réservé

Rang	Marque (3)	Visiteurs Uniques Tous Lieux de Connexion (4)
1	Google	20 684 000
2	MSN/Windows Live	14 229 000
3	Orange	13 994 000
4	Free	13 709 000
5	Yahoo!	10 782 000
6	PagesJaunes	10 454 000
7	Microsoft	10 285 000
8	eBay	9 295 000
9	Wikipedia	8 139 000
10	Voila	7 664 000
11	L Internaute Magazine	7 505 000
12	Mappy	7 333 000
13	TF1 Network (5)	7 099 000
14	voyages-sncf.com	6 130 000
15	Skyrock Network (5)	6 089 000
16	aufeminin.com Network (5)	5 406 000
17	01net. Network (5)	5 378 000
18	YouTube	5 135 000
19	Lycos Europe	5 134 000
20	ViaMichelin	5 036 000
21	Fnac	5 007 000
22	Dailymotion	4 903 000
23	La Redoute	4 895 000
24	Doctissimo Network (5)	4 600 000
25	Alice	4 550 000
26	Over-blog	4 533 000
27	M6 Network (5)	4 508 000
28	Cdiscount.com	4 405 000
29	Groupe 3SI	4 365 000
30	Amazon	4 291 000

Le Top 30 des sites les plus visités en France

Tous lieux de connexion

Applications Internet incluses [(2)]

Source : Médiamétrie//NetRatings - Tous lieux de connexion - France - Avril 2007 - Copyright Médiamétrie//NetRatings - Tous droits réservés

Rang	Marque [(3)]	Visiteurs Uniques Tous Lieux de Connexion [(4)]
1	Google	20 779 000
2	MSN/Windows Live	16 857 000
3	Microsoft	16 084 000
4	Orange	14 662 000
5	Free	13 709 000
6	Yahoo!	11 063 000
7	PagesJaunes	10 454 000
8	eBay	9 295 000
9	Wikipedia	8 139 000
10	Voila	7 664 000
11	L Internaute Magazine	7 505 000
12	Mappy	7 333 000
13	TF1 Network [(5)]	7 099 000
14	voyages-sncf.com	6 130 000
15	Skyrock Network [(5)]	6 089 000
16	AOL Media Network [(5)]	5 611 000
17	eMule	5 540 000
18	aufeminin.com Network [(5)]	5 406 000
19	01net. Network [(5)]	5 378 000
20	YouTube	5 135 000
21	Lycos Europe	5 134 000
22	ViaMichelin	5 036 000
23	Fnac	5 007 000
24	Dailymotion	4 903 000
25	La Redoute	4 895 000
26	Real Network [(5)]	4 671 000
27	Apple	4 603 000
28	Doctissimo Network [(5)]	4 600 000
29	Alice	4 553 000
30	Over-blog	4 533 000

Le Top 50 des sites supports de publicité, souscripteurs du service

Tous lieux de connexion

Applications Internet exclues (2)

Source : Médiamétrie//NetRatings - Tous lieux de connexion - France - Avril 2007 - Copyright Médiamétrie//NetRatings - Tous droits réservés

Rang	Marque (3)	Visiteurs Uniques Tous Lieux de Connexion (4)
1	Google	20 684 000
2	MSN/Windows Live	14 229 000
3	Orange	13 994 000
4	Yahoo!	10 782 000
5	PagesJaunes	10 454 000
6	Voila	7 664 000
7	L Internaute Magazine	7 505 000
8	Mappy	7 333 000
9	TF1 Network (5)	7 099 000
10	Skyrock Network (5)	6 089 000
11	aufeminin.com Network (5)	5 406 000
12	01net. Network (5)	5 378 000
13	Lycos Europe	5 134 000
14	Dailymotion	4 903 000
15	La Redoute	4 895 000
16	Doctissimo Network (5)	4 600 000
17	Alice	4 550 000
18	M6 Network (5)	4 508 000
19	Groupe 3SI	4 365 000
20	Bestofmedia Network (5)	4 265 000
21	France Televisions	4 138 000
22	AlloCine	4 116 000
23	AOL Media Network (5) (*)	3 892 000
24	Club-Internet	3 819 000
25	Le Monde	3 799 000
26	Clubic.com	3 076 000
27	commentcamarche.net	3 000 000
28	LeGuide.com Network (5)	2 938 000
29	Le Figaro	2 546 000
30	Prisma Presse (G+J) Network (5)	2 432 000
31	nouvelobs.com	2 209 000
32	Boursorama Network (5)	1 998 000
33	SFR	1 945 000
33	Groupe Express-Expansion Network (5)	1 898 000
35	Alapage	1 852 000
36	Shopping.com Network (5)	1 824 000
37	lastminute.com Network (5)	1 783 000
38	RTL Network (5)	1 761 000
39	Le Journal du Net	1 688 000
40	achetezfacile.com	1 555 000
41	Liberation	1 472 000
42	RATP	1 439 000
43	Caradisiac	1 407 000
44	Expedia	1 392 000
45	ZDNet	1 344 000
46	Evene.fr	1 305 000
47	Newsweb Sports Network (5)	1 248 000
48	Radio France	1 225 000
49	Meetic	1 217 000
50	Reed Business Information Network (5)	1 087 000

* Hors AOL Propriétaire

Définitions et Méthodologies

DEFINITIONS

[1] **Internautes** : la population internaute de référence de ce communiqué est la population des « internautes dernier mois âgés de 11 ans et + », soit les individus s'étant connectés à Internet au cours des 30 derniers jours quel que soit leur lieu de connexion : domicile, travail, autres lieux [6] (lieux d'éducation, lieux publics ou privés tels que les cybercafés, les bibliothèques, chez des amis…)

[2] **Application Internet** : une Application Internet regroupe tout fichier « .exe » repéré par le logiciel et qui a été créé pour être utilisé avec Internet.
- Exemples d'applications Internet : applications de messageries instantanées, applications de lecteurs de contenu audio/video, applications de partage de fichiers média...
- Exemples d'applications non Internet : les logiciels basiques (traitement de texte, logiciels de base de données, etc), les programmes d'installation, les systèmes d'exploitation ou autres logiciels systèmes (impression, etc.).

[3] **Marque ou Brand** : le niveau « Brand » détaille l'audience des marques. Une brand est un agrégat de domaines, de sites uniques et/ou de pages rattachés à une même marque (exemple : si le site de la marque A est consultable aux adresses marqueA.fr et marqueA.com, la Brand marqueA agrégera l'audience de marqueA.fr et de marqueA.com).

[4] **Visiteurs Uniques Tous Lieux de Connexion** : Il s'agit du nombre total d'individus ayant visité une marque (brand) au moins une fois pour la période concernée, quel que soit le lieu de connexion. Les individus ayant visité la même marque plusieurs fois ne sont comptés qu'une seule fois.

[5] **Network** : Le network permet de rassembler sous un niveau unique un ensemble de sites différents réalisés par un même éditeur ou faisant l'objet d'une cession de trafic sous certaines conditions.
Sur chaque page de chacun des sites attachés à ce network, il doit être fait une mention claire de ce network, selon différentes options :
- Mention en haut de page du Network: logo du Network ou petit texte. Il est également possible d'intégrer le nom du Network dans la Brand,
- Mention du Network en bas de page: logo du Network ou petit texte
Cette mention doit être identique sur l'ensemble des pages du site concerné.

[6] **Autres lieux de connexion** : Désigne les lieux de connexion Internet autres que le domicile et le lieu de travail. Les autres lieux de connexion regroupent les lieux privés (chez des amis, parents, …), les lieux d'études (universités, écoles, bibliothèques, …), les lieux publics (cybercafés), ainsi que les ordinateurs en libre-service ou partagés sur le lieu de travail.

METHODOLOGIES

A/ Les Observatoires Numériques

Les Observatoires Numériques de Médiamétrie sont la gamme d'études de référence en matière d'équipements et d'usages Internet et multimédia.

Les Observatoires Numériques regroupent les études suivantes :

- La Référence des Équipements Multimédias fournit une vision globale et évolutive du parc multimédia des foyers français : équipements audiovisuels, téléphoniques, micro-informatiques et de l'accès Internet.
  Elle est réalisée conjointement par Médiamétrie et GfK chaque trimestre auprès d'un échantillon représentatif de 6 000 Français âgés de 15 ans et plus, interrogés en face à face sur les équipements médias et multimédias présents dans le foyer.

- L'Observatoire des Usages Internet et Téléphonie & Services Mobiles, suit l'évolution de la population internaute et de la population mobile et étudie en détail les usages en matière d'Internet et de téléphonie mobile des Français.
  Réalisé chaque mois auprès de 1 000 individus âgés de 11 ans et plus interrogés par téléphone, l'Observatoire des Usages Internet permet de regrouper les principales informations sur les internautes. Il étudie en parallèle les internautes et les non-internautes, de façon à pouvoir comparer le profil de ces deux populations. Le profil des internautes couvre une large gamme de critères d'analyse : démographiques, sociologiques, géographiques, économiques, loisirs, médias, multimédias... Pour enrichir la connaissance des internautes, ceux-ci sont interrogés sur leur type de connexion et les principaux usages qu'ils font d'Internet.

- En complément de l'Observatoire des Usages Internet, les études « Web 2.0 » et « Achat numérique » analysent en profondeur les nouveaux usages Web 2.0 (blogs, flux RSS, podcast,...) et l'impact d'Internet sur l'achat et les marques.

- Les 30 Chiffres Clés de l'Internet pour mieux connaître et appréhender le média Internet, en accédant rapidement et facilement, tous les trimestres, aux indicateurs structurants du média. Les 30 Chiffres Clés sont également déclinés sur des cibles (Femmes, Seniors, etc) ou des secteurs d'activités (Immobilier, Emploi, etc).

B/ Le Panel France de Médiamétrie//NetRatings

Les résultats mensuels du Panel France de Médiamétrie//NetRatings sont issus d'un échantillon de plus de 8 500 individus âgés de 2 ans et plus. Cet échantillon est représentatif de la population des internautes âgés de 2 ans et plus résidant en France et disposant d'un accès Internet à domicile et/ou sur le lieu de travail.

Ces informations générales concernant l'audience et les habitudes d'utilisation d'Internet peuvent être affinées en fonction des cibles (les femmes, les jeunes, les seniors, les cadres…) et des catégories de sites (évolution des sites d'information généralistes, des sites de e-commerce, des sites de voyages…)

C/ La Mesure d’Audience de l’Internet Tous Lieux de Connexion en France

Médiamétrie//NetRatings a développé une méthode exclusive d’évaluation de l’audience tous lieux de connexions. Elle permet d’obtenir une vision exhaustive des pratiques Internet des Français, en prenant pour la première fois en compte les autres lieux de connexion (6), en complément du domicile et du lieu de travail.

Cette extension du champ de la mesure est le résultat d’une modélisation statistique élaborée par Médiamétrie ; elle permet d’estimer l’audience Internet réalisée sur les autres lieux.
La modélisation est réalisée à partir des informations de trois études :
- Le panel Médiamétrie//NetRatings.
- L’Observatoire des Usages Internet.
- Une étude développée spécifiquement pour la mesure tous lieux : elle donne, par lieu de connexion, des indications sur le profil et le comportement de la population internaute, telles que la taille, le profil socio-démographique et la fréquence de connexion, ainsi que les catégories de sites visités.

Cette méthodologie unique s’appuie sur l’expertise scientifique des équipes et sur la précision des études de Médiamétrie//NetRatings dans le domaine de la mesure de l’audience de l’Internet. A ce titre, elle fait l’objet d’un dépôt de brevet par Médiamétrie.

A propos de Médiamétrie

Médiamétrie est l’entreprise de mesure d’audience et d’études des médias audiovisuels et électroniques. Sa vocation est d’assurer la mesure d’audience et de performance des médias audiovisuels et interactifs à un niveau de qualité permettant d’en faire la référence professionnelle unique pour l’ensemble des acteurs du marché, avec le consensus général. Créée en 1985, Médiamétrie développe ses activités en France et à l’international sur la Télévision, la Radio, le Cinéma, l’Internet, les Nouveaux Médias et la convergence des médias. En 2006, Médiamétrie a réalisé un chiffre d’affaires de 43 millions d’euros avec un effectif de 353 personnes.

A propos de Médiamétrie//NetRatings

Médiamétrie//NetRatings est la société créée et détenue conjointement par Médiamétrie et NetRatings. Médiamétrie//NetRatings développe et commercialise la mesure d’audience de référence de l’Internet en France.

Pour toute information presse contacter :
Laure OSMANIAN MOLINERO
Tél. : 01 47 58 97 55 - Fax : 01 47 58 09 26
E-mail : losmanian@mediametrie.fr

Nelly DUBNER
Tél. : 01 47 58 97 26 - Fax : 01 47 58 09 26
E-mail : ndubner@mediametrie.fr

www.mediametrie.fr